

Polscy producenci w ofensywie

Polski rynek central telefonicznych rządzi się swoimi prawami. W ubiegłym roku światowe koncerny odnotowały nad Wisłą spadek sprzedaży. Zaawansowane technologie przegrały z prostszymi, ale znacznie tańszymi polskimi produktami.

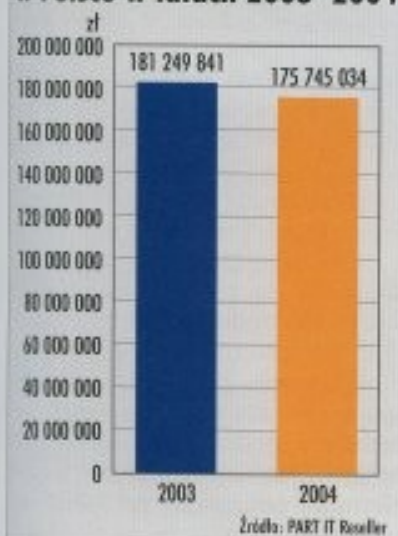
Wojciech Urbanek

W ciągu ostatnich kilku lat koniunktura nie była łaskawa dla producentów abonenckich central telefonicznych. Jednak pojawiają się pierwsze symptomy zwiastujące poprawę sytuacji. Jednym z nich jest opublikowany w marcu br. raport Canalys, przedstawiający wyniki sprzedaży systemów telekomunikacyjnych na rynkach EMEA (Europa, Środkowy Wschód, Afryka). W 2004 r. producenci sprzedali 20,3 mln linii telefonicznych, co oznacza 7-proc. wzrost. Takiego przyrostu nie odnotowano od 1999 r., kiedy to przedsiębiorstwa wymieniały systemy w związku z tzw. problemem roku 2000. Na koniec IV kwartału 2004 r. liderem rynku był Alcatel z 17,8-proc. udziałem. Za francuskim koncer-

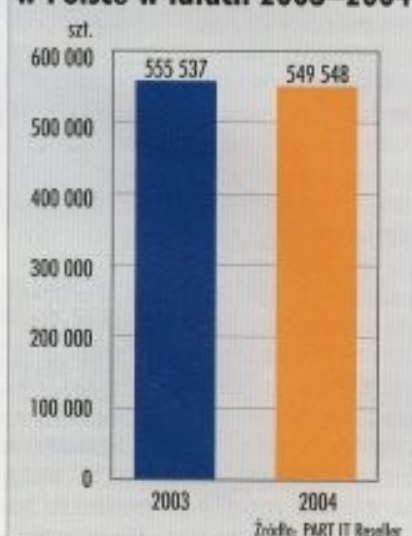
nem uplasował się Siemens (16,4 proc.) oraz Avaya (9,3 proc.). Wymienione marki są dobrze znane na naszym krajowym podwórku, ale to nie one przewodzą w Polsce, przynajmniej pod względem ilości sprzedanych portów. Nie tylko to wyróżnia nasz rynek. W przeciwieństwie do EMEA, w Polsce sprzedaż central abonenckich nie doczekała się wzrostu. Według Raportu Teleinfo producenci sprzedali ok. 550 tys. linii telefonicznych, a sprzedaż w 2004 r. była o 1 proc. niższa niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. Już od kilku lat nie zmienia się pozycja lidera polskiego rynku central abonenckich. Prymat dzierży Panasonic Polska. Lider zanotował najwyższy poziom sprzedaży w sektorze MSP,

zgłaszającym zapotrzebowanie na systemy od 11–40 portów. To z pewnością bardzo atrakcyjny segment, biorąc pod uwagę liczbę MSP w Polsce. Tym, co powinno jednak zaniepokoić menedżerów z kraju kwitnącej wiśni, jest systematycznie spadająca sprzedaż. Jeszcze w 2002 firma ta sprzedała 153 547 portów, a w 2004 r. – 115 673. Powody do zadowolenia mogą mieć za to dwaj polscy producenci, Slican i Platan. Wicelider rynku central telefonicznych, bydgoski Slican, w 2004 r. sprzedał 102 627 linii, co oznaczało 19-proc. wzrost. Ostatnie miejsce na podium zajął Platan, firma powstała trzy lata temu w wyniku połączenia Micronetu i Digitexu. Obecna pozycja w zestawieniach producenta z Sopotu potwierdza słuszność decyzji o fuzji. Platan w ubiegłym roku sprzedał 97 052 portów, odnotowując 11,5-proc. wzrost sprzedaży. Polskie firmy silną pozycję miały w segmencie małych i średnich przedsiębiorstw. Bez wątplenia największym atutem krajowych central jest ich cena. W polskich realiach koszty zakupu i wdrożenia centrali ciągle odgrywają kluczową rolę. Z reguły klient poszukujący najtańszych produktów trafi właśnie do któregoś z polskich producentów. Nad Wisłą wciąż istnieje duży popyt na centrale analogowe. Ok. 70 proc. sprzedanych przez Platan systemów od 30 do 50 linii wewnętrznych stanowiły centrali analogowe. Natomiast Slican w ubiegłym roku odnotował 9-proc. wzrost sprzedaży analogów.

Sprzedaż central abonenckich pod względem wartości w Polsce w latach 2003–2004



Sprzedaż portów w centralach abonenckich w Polsce w latach 2003–2004

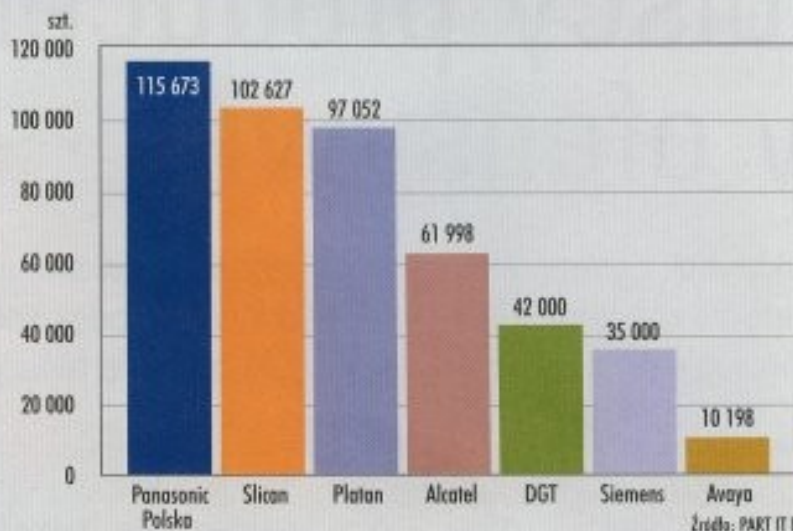


Producenci z Pomorza swój sukces zawdzięczają w dużej mierze dobrze zorganizowanym sieciom dystrybucji. Dziś każdy znający realia rynku dealer posiada w ofercie przynajmniej jedną z marek polskich central. Dopóki w znaczący sposób nie poprawi się kondycja finansowa wielu przedsiębiorstw, dopóty krajowi producenci mogą być spokojni o swój rynkowy byt. Z kolei dla światowych koncernów niezbyt zasobne portfele polskich firm stanowią poważną przeszkodę. Najlepszym tego dowodem są ubiegłoroczne wyniki sprzedaży PABX, zarówno Alcatel, jak i Siemens musieli pogodzić się ze spadkiem sprzedaży. Oba koncerny mogą pocieszyć się tym, że zajęły pierwsze miejsce, biorąc za kryterium wartość sprzedanych systemów. Zestawienie otwiera Siemens – 52 600 tys. zł, drugie miejsce przypadło Alcatelowi – 37 455 324 zł. Za tą dwójką uplasowała się firma DGT – 22 300 zł. Pozytywnym zaskoczeniem jest wysoka pozycja DGT, producenta, który po bardzo słabym 2003 r. znacznie poprawił swoje notowania.

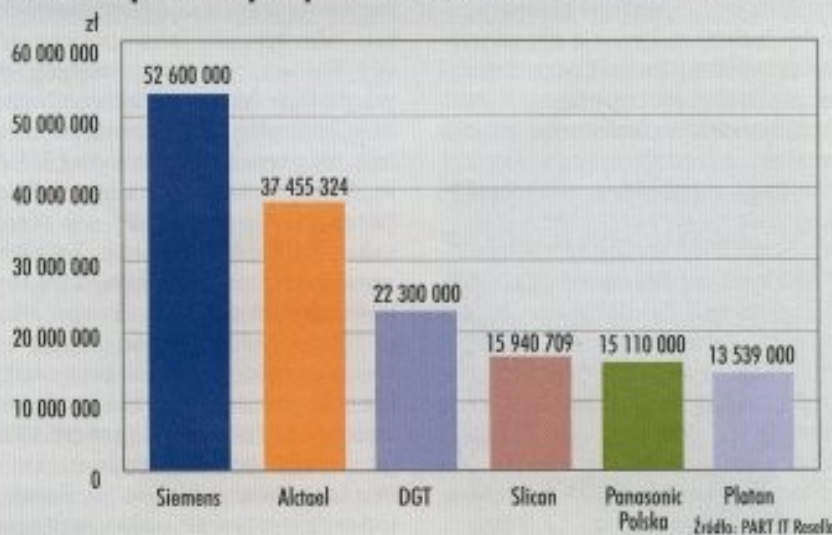
SZANSE I BARIERY

Wejście Polski do Unii Europejskiej, a także wzrost gospodarczy to czynniki, które sprzyjały sprzedaży systemów telekomunikacyjnych. Dużą aktywność w wykorzystywaniu środków inwestycyjnych z Unii Europejskiej przejawiali średnie przedsiębiorstwa. Znajduje to odzwierciedlenie w sprzedaży PABX. Największym popytem cieszyły się systemy obsługujące od 20 do 200 linii wewnętrznych. Zmienił się także sposób postrzegania przez przedsiębiorców roli central telefonicznych. Dlatego coraz częściej wymieniali starsze produkty na nowe, oferujące integrację z urządzeniami zewnętrznymi, aplikacjami. Negatywny wpływ na sprzedaż central abonenckich miał z pewnością niewielki przyrost nowych abonentów telefonii stacjonarnej. Producentom PABX nie pomaga również ekspansja telefonii komórkowej. Firmy coraz więcej środków inwestują w pracowników mobilnych, co z kolei zmniejsza zapotrzebowanie na tradycyjne centrale abonenckie.

Ilość sprzedanych portów w Polsce w 2004 roku



Wartość sprzedanych portów w Polsce w 2004 roku



Na pewno jedną z bolączek rynku jest infrastruktura teleinformatyczna, a przede wszystkim jakość łączy, skutecznie zniechęcająca potencjalnych nabywców do inwestowania w nowoczesne systemy IP PABX. Tym, co mogło utrudniać sprzedaż niektórym firmom, była niejasność przepisów dotyczących dopuszczenia do sprzedaży po 1.05.2004 r. systemów telekomunikacyjnych. Problem ten zasygnalizował lider rynku Panasonic Polska. Z dniem wejścia Polski do Unii Europejskiej przestały obowiązywać przepisy o homologacji, zastąpiło je oznakowanie CE. Natomiast nie została do końca wyjaśniona kwestia, czy mimo znaku CE, należy przeprowadzać badania w celu określenia zgodności produktu ze „starymi” normami krajowymi.

Ministerstwo twierdziło, że jest to niekonieczne, odmiennego zdania był Instytut Łączności.

ROSNA WYMAGANIA KLIENTÓW

Wprowadzie jednym z najważniejszych kryteriów wyboru centrali telefonicznej była cena, ale nabywcy zwracali także uwagę na inne aspekty oferty. Ich wymagania w stosunku do systemów telekomunikacyjnych znacznie wzrosły. Przedsiębiorcy oczekiwali od centrali abonenckiej nie tylko zapewnienia sprawnej łączności, ale przede wszystkim redukcji kosztów połączeń telefonicznych. Większość zaoferowanych przez producentów systemów dysponowała całym arsenalem środków, pozwalających na zmniejszenie rachunków telefonicznych, począwszy od rejestracji i taryfikacji, restrykcje, aż po LCR –

wyбір najtańszych połączeń. W ciągu ostatnich kilku lat centrale przeszły metamorfozę z urządzeń przystosowanych do współpracy z aparatami telefonicznymi w kierunku platform wyposażonych w liczne interfejsy. Zastosowanie interfejsów TAPI, TSAPI, a także CSTA pozwoliło na dwustronną komunikację pomiędzy centralą a systemami informatycznymi firmy pracującymi w sieci LAN. Firmy generujące duży ruch telefoniczny do sieci mobilnych także bardzo chętnie wykorzystywały możliwość współpracy z adapterami GSM. Moda na mobilność wpłynęła na zainteresowanie systemami DECT, zapewniającymi możliwość poruszania się w obrębie biura przy jednoczesnym korzystaniu z funkcji dostępnych z poziomu aparatów stacjonarnych. Producenci w ramach wyposażenia dodatkowego central abonenckich udostępniali wiele aplikacji. Na szczególną uwagę zasługują softphony – wirtualne telefony, posiadające funkcjonalność zwykłego aparatu, a także integrujące e-mail, pocztę głosową, faksy, książki adresowe. Klienci

zglaszali również większe zapotrzebowanie na aplikacje CTI, umożliwiające współpracę systemu telefonicznego z zewnętrznymi aplikacjami, bazami danych.

Prognozy światowe, a także wyniki sprzedaży PABX na świecie, wskazują na rosnącą rolę telefonii IP. W Polsce sprzedaż tego rodzaju systemów

jest na razie śladowa. Największe zainteresowanie technologią IP wykazywały przedsiębiorstwa, posiadające kilka lokalizacji na terenie kraju. Na polskim rynku dostępne były takie systemy, jak: Hi-Path – Siemens, Alcatel OmniPCX Office, Avaya IP Office czy rodzina central Panasonic KX-TDA.

Wymienione powyżej firmy, dotychczas związane z rynkiem telekomunikacyjnym, proponują ewolucyjne podejście do nowych technologii. Doceniają korzyści telefonii internetowej, ale nie zamierzają jednocześnie rezygnować z systemów TDM. W efekcie oferują serwery umożliwiające korzystanie z tradycyjnych aparatów telefonicznych, ISDN, ale także telefonów IP. Z drugiej strony barykady pojawiają się tacy dostawcy, jak Cisco Systems czy 3Com, reprezentujący inne stanowisko dotyczące konwergencji. Ich zdaniem najlepszym rozwiązaniem jest sprowadzenie transmisji głosu i danych jednej sieci teleinformatycznej. Wydaje się, że więcej atutów jest po stronie zwolenników ewolucyjnych przemian. ■

Rynek central abonenckich w 2004 roku w Polsce Ilość sprzedanych portów

